



Kültür Turistlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Cinsiyete Göre Farklılıkları: Safranbolu Üzerinde Bir Araştırma

The Differences in the Sustainable Consumption Behaviors of Cultural Tourists by Gender: A Research on Safranbolu

Ömer SARAÇ¹

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Sakarya

ORCID:

Ö.S.: 0000-0002-4338-7394

Corresponding Author:

Ömer SARAÇ

Email:

o.sarach@hotmail.com

Citation: Saraç, Ö. (2022). Kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının cinsiyete göre farklılıkları: Safranbolu üzerinde bir araştırma. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (2): 265-283.

Submitted: 10.02.2022

Accepted: 17.04.2022

Özet

Son yüzyılın en önemli sorunu olarak bilinen sürdürülebilirliğin sağlanmasında sürdürülebilir tüketim oldukça önemlidir. Bu çalışmada kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışları düzeylerinin belirlenmesi ve tüketim davranışının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada uygulama alanı olarak UNESCO Dünya Miras kenti olan Safranbolu tercih edilmiştir. Veriler anket tekniği ile elde edilmiş toplamda 449 katılımcıya ulaşılmıştır. Verilerin analizinde istatistik paket programı kullanılarak faktör analizi, ortalama, yüzde ve t-testlerine başvurulmuştur. Araştırmada kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültür turistlerinin vermiş olduğu yanıtlar neticesinde sürdürülebilir tüketim dört boyut altında toplanmıştır. Bunlar; çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın almama, tasarruf ve yeniden kullanılabilirliktir. Bu boyutlar cinsiyete göre farklılık göstermektedir. İhtiyaç dışı satın almama boyutu dışındaki tüm boyutlarda kadın algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Tüketim, Kültür Turistleri, Safranbolu

Abstract

Sustainable consumption is very important in ensuring sustainability, which is known as the most important problem of the last century. In this research, it is aimed to determine the sustainable consumption behavior levels of cultural tourists and to determine whether the consumption behavior differs according to gender. Safranbolu, which is a UNESCO World Heritage city, was chosen as the application area in the research. The data were obtained by the questionnaire technique, and a total of 449 participants were reached. In the analysis of the data, factor analysis, mean, percentage and t-tests were applied by using the statistical package program. In the research, it was concluded that the sustainable consumption levels of cultural tourists are high. As a result of the answers given by cultural tourists, sustainable consumption was gathered under four dimensions. These are environmental awareness, non-need purchasing, savings and reusability. These dimensions differ by gender. It has been determined that women's perceptions are higher in all dimensions except the dimension of non-need purchasing.

Keywords: Sustainability, Sustainable consumption, Cultural tourists, Safranbolu.

1. GİRİŞ

Sanayi Devrimi'nden sonra üretim şeklinde ve miktarında yaşanan değişikliklerle başlayan yeni dönemde (Saraç, Pamukçu, Ulama ve Batman, 2019: 35) sınırsız ekonomik büyüme ve refah artışı amaçlanmıştır. Arz belirleyicileri bireylerin ihtiyaçlarından ziyade isteklerine yönelmiş (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015: 660) ve dahi bireyleri güdüleyip üretileni ihtiyaç gibi hissettirerek satmaya çalışmıştır. Bu nedenle bu dönem, tüketimin üretilmesi esasına dayanmaktadır (Featherstone, 1996). Diğer yandan ürünlerin bir ihtiyaçmış gibi pazarlanması ve tüketilmesi doğadaki kıt kaynakların sorumsuzca harcanmasına neden olmaktadır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren doğal yapı ve ekolojik denge bu durumdan olumsuz bir şekilde etkilenmiş (Karalar ve Kiracı, 2011) dünyada farklı çevresel krizlerin oluşmasına neden olmuştur.

Dünya, her ne kadar insan yaşamı için geniş kapasiteli bir gezegen gibi görülse de son zamanlarda doğada yaşanan iklimsel değişimler, dünyanın insan ihtiyaç ve isteklerine cevap veremeyecek bir duruma geldiğini göstermektedir (Ateş, 2018: 508). Doğanın sorumsuzca kullanılması ve kıt kaynakların tüketilmesiyle; ormanlar yok olmakta, buzullar erimekte, çölleşme baş göstermekte, biyo-çeşitlilik azalmakta ve sular kirlenmektedir (Brundtland, 1985). Diğer yandan CO₂ gazı salınımına bağlı olarak ozon tabakasındaki seyrelme artmakta ve küresel ısınma yaşanmaktadır. Öyle ki CO₂ gazı salınımı durdurulabilse dahi dünyadaki olumlu etkileri ancak 1000 yıl sonra görülebilecektir (Solomon, Plattner, Knutti ve Friedlingstein, 2009).

Dünyanın böylesine tahrip olmasında insan son derece kritik bir rol üstlenmektedir. Zira Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli [IPCC] (2007) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı [UNEP] (2007) raporlarına göre iklimde son 50 yılda yaşanan ciddi sorunların en önemli nedeni insanların karşılanamayan sınırsız ihtiyaç ve istekleridir (Ateş, 2018: 508). Bu nedenle 21. yüzyılda dünyadaki kaynakların korunması ve gelecek kuşaklara aktarılabilmesinde sürdürülebilir tüketim kavramı önem kazanmaya başlamıştır (Hayta, 2009; Atrek ve Madran, 2017; Ahamad ve Ariffin, 2018). Bireylerin aldıkları yiyeceklerin sürdürülebilir olması, tasarruflu ampullerin kullanılması (Stapp ve Polunin, 1991), tek kullanımlık ürünlerin tercih edilmemesi, ulaşımın fosil yakıt salınımı fazla olan araçlardan ziyade toplu taşıma araçları ile gerçekleştirilmesi verilebilecek önemli örnekler arasında yer almaktadır.

Sürdürülebilir tüketimin öneminin her geçen gün artması bu davranışı güdüleyen faktörlerin bilim insanları tarafından araştırılmasına neden olmuştur (Ahamad ve Ariffin, 2018; Valor, Antonetti ve Merino, 2020). Bu doğrultuda yaşam tarzının, bireysel değerlerin ve çevresel tutumların (Karalar ve Kiracı, 2010; Özgül, 2010; Karaca, 2018; Diktaş, 2019; Dinavasova, 2019), dindarlığın (Özdemir, 2021), tüketici eğitiminin (Hayta, 2009) ve sosyal medyanın (Erkan, 2019; Ünal, Erkan ve Açıkgöz, 2020) sürdürülebilir tüketim ile ilişkisini konu alan birçok araştırmaya rastlanmaktadır. Öte yandan fen bilgisi ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin (Ateş, 2018), sosyal bilimleri öğrencilerinin (Kır ve Polat, 2020), biyoloji öğretmen adaylarının (Gülbüz, Çakmak ve Derman, 2013) ve üniversite çalışanlarının (Aksu ve Gelibolu, 2015) sürdürülebilir tüketim tutumlarının ölçüldüğü araştırmalar da mevcuttur.

Bu araştırmada ise kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim düzeyleri belirlenmeye çalışılarak literatürdeki boşluk giderilmeye çalışılmaktadır. Zira turizm faaliyetlerinde sürdürülebilir tüketim son derece önemli bir yere sahiptir. Öyle ki turizm dünya nüfusunun büyük bir bölümü tarafından gerçekleştirilen bir faaliyettir. UNWTO (2019) raporuna göre dünyada yaklaşık olarak 1,4 milyar kişi turizm faaliyeti gerçekleştirmektedir (UNWTO, 2019: 2). Turistler, bu faaliyetleri esnasında uçak ve otobüs seferlerinden istifade etmekte, yiyecek içecek, konaklama ve araç kiralama gibi çevreye olumsuz etki bırakan tüketim davranışları sergilemektedir (Uzun ve Altaş, 2017: 2). Bu doğrultuda Kapadokya'daki (Uzun ve Altaş, 2017) ve Ankara'daki turistlerin

(Aktaş ve Çiçek, 2019) sürdürülebilir tüketim düzeylerinin ölçüldüğü araştırmalar da bulunmaktadır.

Turizmde özellikle kıyı otelciliğinde enerji kullanımı ve atıklar göz önünde bulundurulduğunda turizm faaliyetlerinin çevreyi önemli düzeyde olumsuz etkilediği görülmektedir. Bunun en önemli nedeni destinasyonların kapasiteleri üzerinde hizmet vermesidir. Çevrenin kendisini yenilemesine imkân tanınmadan gerçekleştirilen aşırı bir kullanım bu destinasyonlardaki doğal güzellikleri, kültürel yapıyı, biyo-çeşitliliği ve ekolojik dengeyi bozmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014). Turizmin çevreye bırakmış olduğu olumsuz etkilerden kurtulmanın en önemli yollarından biri de tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarına sahip olmasıdır.

Sürdürülebilir tüketim davranışlarına sahip olmak tarihi ve kültürel destinasyonlarda daha da büyük bir öneme sahiptir. Zira bir turistin potansiyel olarak vereceği zarar kültür alanlarında daha fazladır. Kültür alanları sorumsuzca gerçekleşen bir tüketim davranışı karşısında geri dönüşü olmayan zararlar görebilir. Öte yandan kültür alanları, diğer turizm destinasyonlarına nispeten bu zararlara daha duyarlı ve bu zararlar karşısında daha savunmasızdır. Bu doğrultuda kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının tespit edilmesi uygulamalı alana katkı sunarak kültür destinasyonlarına yönelik gerçekleştirilecek plan, politika ve stratejilere fikir vermesi bakımından oldukça önemlidir. Bu düşünceden yola çıkarak çalışmanın uygulama alanı olarak Safranbolu tercih edilmiştir. Zira Safranbolu 1994 yılında UNESCO dünya Miras kenti olarak ilan edilen önemli bir kültür turizm kentidir (Türker, Ölçer ve Aydın, 2016: 50).

Araştırmanın bir diğer amacı ise kültür turistlerinin tüketim davranışlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. Bir dünya miras kenti vasfı taşıyan Safranbolu'nun sahip olduğu değerlerin korunmasında sürdürülebilir tüketimin son derece önemli olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle destinasyonun varlığını koruma ve sürdürme çalışmalarında cinsiyet değişkenine yönelik bir farklılığın olup olmadığının tespit edilmesinin, destinasyon yönetiminde arz planlayıcılarına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer yandan bu değişkenin test edilmesi literatüre de önemli katkılar sunmaktadır. Zira birçok araştırmada tüketim davranışının cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Dubé ve Morgan, 1998; Oh, Parks ve Demicco, 2002). Kadınlar tüketim davranışlarında erkeklere nispeten daha çok duygularıyla hareket ederken (Meyers-Levy ve Maheswaran, 1991) erkeklerin tüketim davranışlarında kadınlara göre duygularından ve ruh hallerinden daha az etkilendiklerini söylemek mümkündür (Chua, Lee, Kim ve Han, 2019; Dubé ve Morgan, 1998; Holbrook, 1986a).

Kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmada öncelikle araştırma konusunun kavramsal arka planı açıklanmakta ve hipotez geliştirme sürecine değinilmektedir. Sonrasında araştırmanın yöntemi ve ölçüm aracı olarak belirlenen anket hakkında bilgiler verilmekte yapılan analizler açıklanarak geçerlik ve güvenilirliğin nasıl sağlandığı ortaya koyulmaktadır. Daha sonra kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranış düzeylerine ve bu davranışın cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Çalışmanın sonuç ve tartışma bölümünde ise elde edilen sonuçlarla daha önceki çalışmaların benzerlikleri ve farklılıkları ele alınmakta, bunların nedenleri tartışılmakta literatüre ve uygulamalı alana katkılar sunarak araştırmaya son verilmektedir.

2. KAVRAMSAL ARKA PLAN VE HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ

Sürdürülebilir tüketim en basit tanımıyla diğerlerine göre çevreye daha az veren tüketim şeklidir (Paavola, 2001: 228). Sürdürülebilir tüketimde bireyler yeşil ürünleri tercih etmekte satın alma sürecinde sosyal ve çevresel kaygılar gütmektedir (Seyfang, 2005: 290-291). Zira sürdürülebilir

tüketimde çevreye minimum zarar verilmesi ve sosyal eşitsizliğe daha az sebep olacak şekilde bir tüketim davranışının sergilenmesi esastır (Kahraman, Türkay, 2014).

Çevre ile alakalı olarak 20. yüzyılın ortalarından sonra yaşanan sorunlar sürdürülebilir tüketimin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu kavram ilk defa Rio'da tertip edilen Dünya Zirvesindeki Gündem 21'de konuşulmaya başlamıştır. Buna karşın otoriteler tarafından kabul edilen ilk tanım OECD tarafından yapılmıştır. Buna göre sürdürülebilir tüketim; gelecek neslin gereksinimlerini gözetmek suretiyle doğal kaynakların, toksit ve çevreyi kirletici maddelerin kullanımlarının asgari düzeye indirilmesi, atık salınımının azaltılması ve temel gereksinimlerin karşılandığı, daha iyi bir yaşam standardı imkânı veren ürünlerin tercih edilmesi (OECD, 2002) olarak tanımlanmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim davranışının son on yıldır daha da önem kazanmaya başladığı görülmektedir (Cho, Gupta ve Kim, 2015). Bunun en temel nedeni çevresel kaygıların artması ve buna paralel olarak elektrik, konfeksiyon ve gıda gibi çeşitli ürünlere ilişkin sürdürülebilir tüketim planlamalarının gerçekleştirilmesidir (Chan, 2001; Harrison, Newholm ve Shaw, 2005; Vermeir ve Verbeke, 2008). Yaşanan bu küresel değişim işletmeleri ve tüketicileri etkilemektedir (Çabuk ve Nakıboğlu, 2003). Öyle ki işletmeler geliştirdikleri ürünlerde geri dönüştürülebilir ürünleri tercih ederken (Zeren ve Nakıboğlu, 2009) tüketiciler de ürün satın alırken ürünlerin çevreye zarar verip vermediğini gözetmektedir (Erkan, 2019: 171).

Sürdürülebilir tüketimin amacı toplam bireysel tüketimin azaltılmasından ziyade olabildiğince tüketimin önüne geçmek ve farkındalık oluşturarak alternatifleri ortaya çıkarmaktır. Zira sürdürülebilir tüketimde çevresel duyarlılık esastır. Bu nedenle bir ürünün tasarruflu ve uzun süre kullanılması, ihtiyaç olmaması halinde değiştirilmemesi ve yeniden kullanılmasına yönelik davranışlar, sürdürülebilir tüketim kapsamında değer kazanmaktadır (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015). Bir diğer ifadeyle sürdürülebilirlikte tüketim kadar üretimin de sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir tüketimde üretim ve tüketim faaliyetleri aynı başlık altında incelenmektedir (Nash, 2009; Clark, 2007; Spangenberg, Luke ve Blincoe, 2010). Bakıldığında sürdürülebilir üretim alanında başarılı faaliyetler sergilense de sürdürülebilir tüketimde aynı başarıya daha az rastlanmaktadır (Veenhoven, 2004: 1). Bu durumda işletmeler tüketicilerin talep ettiği sürdürülebilirliği daha az olan ürünleri üretmeye mecbur kalmakta ve sürdürülebilirlik olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle iki kavramın bir arada ele alınmaması halinde sürdürülebilir tüketimden bahsetmek mümkün değildir. Çünkü üretim faaliyetleri planlanırken tüketici talepleri göz önünde bulundurulmaktadır.

Tüketici taleplerini yoğun bir şekilde gözetmesi gereken endüstrilerden biri de turizmdir. Turizm işletmelerinde tüketiciyi memnun etmeyen birçok sürdürülebilir ürün yer almaktadır. Böyle bir durumda işletme sahipleri, tüketiciler (turistler) tarafından tercih edilmeyeceğini öngörerek sürdürülebilir üretimden vazgeçmektedir. Turizmde konaklama işletmelerinde turistler odanın mülkiyetini değil sadece konaklama yapacakları zamanı kiraladıklarından büyük beklentiler içerisine girmekte ve sürdürülebilir tüketime aykırı davranışlar sergilemektedir (Saraç, 2020: 128-129). Kendilerine konaklamaları için verilen enerji kartlarının iade edilmesinin istenmesi, sürdürülebilir ambalajlamanın yapılması, yastık kılıfı, çarşaf ve havlu gibi malzemelerin sadece misafir talebi esasına bağlı olarak değiştirilip temizlenmesi müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebilmekte ve müşterilerin bir sonraki konaklamalarında tercihlerinin değişmesine neden olmaktadır. Bu nedenle işletme sahip ve yöneticileri sürdürülebilir üretim düşüncesinden vazgeçmektedir (Millar ve Baloğlu, 2011).

Turizm faaliyetlerinde müşterilerin seyahatlerini uçakla gerçekleştirmeleri ya da otobüs, tren yerine kendi özel araçlarını kullanmaları da sürdürülebilir tüketime aykırı davranışlar arasında yer

almaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014: 25). Yiyecek içecek ihtiyaçları için açık büfeyi tercih etmeleri, seyahatleri süresince ikamet yerleri olmadığından gittikleri yerlerde doğaya zarar vermeleri, çevreyi kirletmeleri ve gerçekleştirdikleri israf davranışları sürdürülebilirliğe zarar veren diğer davranışlar arasında sıralanabilmektedir (Saraç, 2020: 128). Turizm alanlarının sürdürülebilir tüketim davranışından yoksun bir şekilde kullanılması ise ileride bu alanların turizm faaliyetlerine yönelik kullanılmasına imkân tanımamaktadır. Bu durumdan en fazla zarar görecekt alanlardan biri de kültür destinasyonlarıdır.

Bu doğrultuda araştırmada uygulama alanı olarak Safranbolu tercih edilmiştir. Safranbolu, 1994 yılında UNESCO tarafından dünya listesine alınan (UNESCO WHC, 1995) bünyesinde geleneksel şehir dokusunu, ahşap yapı evlerini ve anıtsal yapıları barındıran (Günay, 2010: 130) önemli bir kültür destinasyonudur. Bu destinasyonda turizm yoğun bir şekilde yaşanmaktadır. 2019 yılı verilerine göre Safranbolu'yu ziyaret eden yabancı turist sayısı 87.370, yerli turist sayısı 231,496 toplamda 318,866'dır (Safranbolu Turizm Danışma Bürosu, 2020). Safranbolu'nun gününbirlikçilerle birlikte yılda 750 bin turisti ağırladığı belirtilmektedir (Türker, Selçuk ve Özyıldırım, 2016: 2). Aşırı turist popülasyonunun olduğu bu alanda sürdürülebilir tüketimin gerçekleşmemesi halinde kültürel değerler yok olmaya yüz tutacaktır. Bu nedenle turistlerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının tespit edilmesi hem literatüre hem de uygulamalı alana önemli katkılar sağlamaktadır.

Bu araştırmada kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışları; çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutları vasıtasıyla belirlenmeye çalışılmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde bu boyutlar açıklanmakta ve cinsiyet değişkenine göre farklılıkları ortaya koyularak hipotezler geliştirilmektedir.

2.1. Çevre Duyarlılığı

Sürdürülebilir tüketimde çevre duyarlılığı oldukça önemlidir. Tüketicilerin çevre duyarlılığına yönelik gözetmeleri gereken iki husus vardır. Bunlardan birincisi tüketim davranışlarının değiştirilmesi, ikincisi ise tüketim seviyesinin düşürülmesidir (Fuchs ve Lorek, 2005: 262; Schaefer ve Crane, 2005: 78; Mont ve Plepys, 2008: 532). Tüketici davranışının değiştirilmesi çevreye daha az zarar veren ürünlerin tercih edilmesi esasına dayanmaktadır. Bu davranışlar Gilg ve diğerlerine (2005: 485) göre;

- Çevreye minimum düzeyde zarar veren ürünlerin tercih edilmesi,
- Sprey ürünlerinin kullanılmaması,
- Organik ürünlerin tüketilmesi ve alışverişlerde yöresel mağazalara gidilmesi,
- Geri dönüşümle kazandırılmış kâğıtlar ve çantaların satın alınması,
- Ambalajlı ürünlerden olabildiğince uzak durulmasıdır.

Diğer yandan Shaw ve Newholm'a (2002: 171) göre çevresel duyarlılığın sağlanmasında etkili diğer çözüm yolları;

- Yakıt tasarruflu araçların tercih edilmesi,
- Kurmalı saat ve radyoların kullanılması,
- Enerji tasarrufu sağlayan buzdolapların satın alınması ve
- Doğada çözülmesi zor olan kimyasal içerikli deterjanlar yerine doğal çözümlerin araştırılmasıdır.

Tüketim seviyesinin düşürülmesinde ise nüfus artış hızının düşmesi ya da özellikle zengin milletlerin tüketim oranlarında azalışa gitmesi gerekmektedir (Schaefer ve Crane, 2005: 78). Nüfus artış hızının önüne geçilmesi mümkün olmamaktadır. Bununla birlikte zengin milletlerin tüketim oranlarının düşürülmesinde ulusal ekonomilerin düzeni olumsuz bir şekilde etkileneceğinden bu tür girişimler sonuçsuz kalmaktadır (Diksaç, 2019: 19).

2.2. İhtiyaç Dışı Satın Alma

İhtiyaç dışı satın alma sürdürülebilir tüketimi olumsuz etkileyen önemli bir boyuttur. Zira tüketimin doğaya vermiş olduğu zarar büyük oranda bireylerin gerçekleştirdiği ihtiyaç dışı tüketim sonucu ortaya çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle tüketicilerin ihtiyaçlarından ziyade istekleri doğrultusunda tüketim yapmaları doğayı olumsuz etkileyen önemli unsurlardan biridir. Tüketicilerin bu doğrultuda davranış sergilemesinin en önemli nedeni satın aldıkları değerli ürünlerle gösteriş yapmak ve toplum nezdinde itibar sahibi olmaktır (Doğan, Bulut ve Çımrın, 2015: 661). Diğer yandan küreselleşen hayatın gereği olarak insanlar tüketimi bir eğlence şekli olarak görmektedir. Ürünler ve hizmetler birer haz aracı vazifesi üstlenmeye başlamış bireyler bu ürünleri hayattan zevk alabilmek için tüketmeye başlamıştır (Babin, Darden ve Griffin, 1994; Kruger ve Byker, 2009). Bu nedenle tüketiciler alışveriş yaparken sadece yarar sağlamayı değil zevk almayı ve bu zevki tatmin etmeyi amaçlamaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982: 92). Bu durum ise çevre üzerinde oldukça olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

2.3. Tasarruf

Son yıllarda tüketim düzeyinde önemli artışlar gözlemlenmektedir. Nüfus artışının, tüketimdeki farklılık üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Ancak yapılan araştırmalara bakıldığında nüfus aritmetik bir artış gösterirken tüketim geometrik bir dizi şeklinde yükselişe geçmiştir. Öyle ki 1850 ve 1950 yılları arasında dünya nüfusu üç misli, enerji kullanımı ise 12 misli artmıştır (Sawin, 2004: 26). Diğer yandan 1965 ve 1995 yılları arasında dünya nüfusu yaklaşık olarak %70 oranında artış gösterirken kâğıt tüketiminde %300'den fazla, deniz ürünlerinde %60, su tüketiminde ise %400'den fazla artış gözlemlenmiştir. Bu nedenle tüketimdeki bu farklılık sadece nüfustaki artışla ilişkili değildir.

Yaşanan önemli ekonomik gelişmeler, insanların refah seviyelerinin artması ve tüketimin doğaya vermiş olduğu zarardan bireylerin kaygı duymaması tüketimin artış göstermesindeki asıl önemli nedendir. Zira son yıllarda tüketim toplumu incelendiğinde bireylerin tercihlerinin her daim doğru kabul edildiği diğer bir ifadeyle üretim-tüketim faaliyetlerinde tüketici hâkimiyetinin olduğu görülmektedir (Diksac, 2019: 22-23). Buna karşın tasarruf, sürdürülebilir tüketimin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Özgül, 2010). Tasarruf; enerjinin israf edilmemesinde, fosil yakıt artışının önüne geçilmesinde, doğadaki kıt kaynaklara zarar verilmemesinde, atık sorununun yönetilmesinde ve ozona verilecek zararın asgari düzeye indirgenebilmesinde son derece önemlidir.

2.4. Yeniden Kullanılabilirlik

Üretilen ürünlerde minimum kaynak ve geri dönüştürülebilir malzeme kullanmak sürdürülebilir tüketimde oldukça önemlidir. Yeniden kullanılabilirlik; ambalajlamada, tek kullanımlık ürün yönetiminde, yemek ve kimyasal atıklarda ihtiyaç duyulan bir sürdürülebilir tüketim boyutudur. Ambalajlamada verimliliğin sağlanabilmesi için ürünlerin paketlenmesinde küçük kutulardan ziyade büyük ve birden çok kullanım yapılabilen kutuların temin edilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra çatal, bıçak, kaşık, peçete, havlu, torba ve poşet gibi tek kullanımlık ürünler yerine tekrar kullanılabilen malzemelerin tercih edilmesi ehemmiyet taşımaktadır. Yemek atıklarının gübre olarak geri dönüşümünün sağlanması, çevredeki deterjan ve kimyasal atıkların uygun şekilde geri dönüşüme gönderilmesi, çevre dostu kimyasalların tercih edilmesi sürdürülebilir tüketimin sağlanmasında kritik bir rol üstlenmektedir (Demir, 2014: 182).

2.5. Cinsiyet Değişkeni ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Bireylerin tüketim davranışları demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Cinsiyet bu demografik özelliklerden biridir (Kır ve Polat, 2020: 469). Bireyler aynı durumlara cinsiyetlerine bağlı olarak farklı tepki gösterebilmektedir (Coley ve Burgess, 2003). Daha açık bir ifadeyle; cinsiyet değişkeni, tüketim davranışı üzerinde etkilidir (Holbrook, 1986b). Literatüre bakıldığında kadın ve erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının (Karalar ve Kiracı, 2010; Ateş, 2018; Aktaş ve Çiçek, 2019; Okşar ve Koç, 2020) araştırıldığı birçok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmada da kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışı boyutlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği sorgulanmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Turistlerin çevresel duyarlılık davranışları cinsiyete göre farklılık gösterir.

H2: Turistlerin ihtiyaç dışı satın almama davranışları cinsiyete göre farklılık gösterir.

H3: Turistlerin tasarruf davranışları cinsiyete göre farklılık gösterir.

H4: Turistlerin çevresel duyarlılıkları cinsiyete göre farklılık gösterir.

3. YÖNTEM

3.1. Anket Formunun Niteliği

Bu çalışmada kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranış düzeylerinin belirlenmesi ve tüketim davranışının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda anket için Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulundan 23.12.2021 tarih ve E-26428519-044-33516 sayılı protokol numarası ile izin alınmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde 17 ifadeden oluşan bir ölçek yer almaktadır. Ölçek belirlenirken sürdürülebilir tüketimle alakalı araştırmalar incelenmiş ve araştırmanın amacına uygun geçerli ve güvenilir yanıtlara ulaşabilmek üzere en uygun ölçeğin Doğan, Bulut ve Çımrın, (2015) çalışmalarında geliştirdikleri sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği olduğuna kanaat getirilmiştir. Ölçek, kültür turistlerinin “çevre duyarlılığı”, “ihtiyaç dışı satın alma”, “tasarruf” ve “yeniden kullanılabilirlik” algılarını ölçmeye çalışmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler katılımcılara beşli likert ölçeğine göre “hiç katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “katılıyorum” ve “tamamen katılıyorum” şeklinde yönlendirilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik özellikleri ve Safranbolu’ya geliş amaçlarını öğrenmeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket Safranbolu’da sadece yerli turistlere uygulandığından Türkçe olarak hazırlanmıştır.

3.2. Veri Toplama ve Örneklem

Araştırmanın evreni kültür turistlerinden oluşmaktadır. Evren olarak kültür turistlerinin tercih edilmesinin en önemli nedeni kültür turist tipolojisinin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ne düzeyde olduğunun tespit edilmesidir. Zira gerçekleştirdikleri seyahatler itibarıyla sürdürülebilir tüketim davranışına sahip olmayan kültür turistlerinin çevreye ve kültürel yapıya verecekleri zarar diğer turist tipolojisine göre çok daha fazla olabilmektedir.

Dünyadaki tüm kültür turistlerine ulaşmanın zaman ve ekonomik nedenlere bağlı olarak mümkün olmamasından dolayı örnekleme yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örneklemede belirli bir yerdeki herkese belirli bir zaman diliminde ulaşılmaktadır (Kozak, 2018: 106). Bu doğrultuda veri toplanabilecek en elverişli uygulama alanının Karabük iline bağlı Safranbolu ilçesi olduğu düşünülmektedir. Zira Safranbolu sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin yoğun bir şekilde yaşandığı önemli bir destinasyondur (Koçoğlu, Saraç ve Batman, 2020: 204). Bu destinasyon 1994 yılından beri de UNESCO Dünya Miras listesinde yer almaktadır (UNESCO WHC, 1995). Ulusal ve uluslararası olmak üzere yılda yaklaşık 750 bin ziyaretçi kabul etmektedir. Gününbirlikçilerle birlikte hafta sonu turist sayısı artmaktadır

(Türker, Selçuk ve Özyıldırım, 2016: 2). COVID-19 pandemi süreciyle birlikte bu sayılarda özellikle de yabancı turist popülasyonunda önemli düşüşler yaşanmaktadır. Bu nedenle araştırmada sadece yerli turistlerin sürdürülebilir tüketim algılamalarına yer verilmiştir.

Veriler hafta sonları Safranbolu eski çarşı mevkiinde vakit geçiren turistlerden yüz yüze tekniği ile elde edilmiştir. Safranbolu'da 449 örnekleme ulaşılmıştır. Bu durum örneklem sayısının evreni temsil edebilmek için yeterli olduğu kanaati oluşturmuştur. Zira ankette yer alan ifade sayısının on katı kadar örnekleme ulaşılması güvenilirliğin kazanılmasında yeterli görülmektedir (Kerlinger, 1978; Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998; Kline, 2011). Ankette yer alan 17 ifadenin on katı olan 170 sayısı aşılmıştır. Öte yandan sınırsız evreni temsil edebilme gücüne sahip 384 örneklem de (Sekaran, 2003: 294) aşılarak güvenilirlik arttırılmaya çalışılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Veriler, 25 Aralık 2021 – 21 Ocak 2022 tarihlerinde Safranbolu'yu ziyaret eden kültür turistlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Toplamda 500 katılımcıya ulaşılmıştır. Geçerli anketlerin belirlenmesinde Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt'in (2014) önerileri dikkate alınmıştır. Anketteki ifadelerin % 15'inden fazlasını cevaplamayan deneklerin anketleri değerlendirmeye alınmamıştır. Ek olarak anketin tamamında tek seçenek işaretleyen katılımcıların anketleri de analize tabi tutulmamıştır. Bu doğrultuda deneklerden 37'si, ifadelerin % 15'inden fazlasını doldurmadıkları ve 14'ü tek seçenek olarak yanıtladığı için analizden çıkarılmıştır. Sonuç olarak, araştırma için analizlerde toplam 449 anket kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler Spss 22 istatistik paket programları ile analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek amacıyla basıklık ve çarpıklık değerleri kontrol edilmiştir. Çarpıklık değeri -1,402 ile 0,264 arasında ve basıklık değeri ise 3,046 ile -,104 arasında olduğundan normallik varsayımı sağlanmamaktadır (Kline, 2011). Bir diğer ifadeyle basıklık sorunu olduğu ve veri setinin normal dağılım göstermediği görülmektedir. Ancak merkezi limit teorisine göre örneklem hacminin 30'un üstüne çıkması ve bu sayının artış göstermesi durumunda değişkenlerin normal dağıldığı varsayılmaktadır (Lind, Marchal ve Wathen, 2019: 225). Diğer yandan Hair, Black, Babin ve Anderson (2010) çalışmasında örneklem sayısının 200'den büyük olması durumunda normallik varsayımının karşılanmaması sorunun göz ardı edilebileceğini ifade etmiştir. Bu nedenle araştırmada karşılaştırmalı analizlerde parametrik testlerden t-testi kullanılmıştır.

3.4. Güvenirlilik ve Geçerlik

Ölçeğin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analizin sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır. Faktör analizi yöntemlerinden Principal Competent Analysis (PCA), rotasyon için ise ortogonal rotasyon çeşitlerinden varimax tercih edilmiştir. Faktör analizine uygunluğu için Kayser Mayer Olkin (KMO) değerine bakılmış ve Bartlett testi yapılmıştır. KMO değeri 0,818 ile faktör analizi yapabilmek için çok iyi düzeydedir (Hutcheson ve Sofroniou, 1999). Bartlett testi sonucuna göre ise $\chi^2=4321,437$, $p<0.05$ değeri ile faktör analizi yapmaya uygundur (Hair vd. 1998: 374). Faktör yüklerine bakıldığında hepsi 0,50'nin üzerindedir ve Hair ve diğerlerine (1998: 385) göre oldukça iyi düzeydedir.

Ölçeğin yapısal geçerliliğini ölçmek ve bunun yanı sıra içsel tutarlılığını tespit etmek için güvenirlilik testi (Cronbach Alfa) yapılmıştır. Ölçeğin güvenilir olduğunu ifade edebilmek için Cronbach Alfa değerinin 0,70 ve üzerinde olması gerekmektedir (Nunally, 1978). Ölçeği oluşturan tüm boyutlara ait Cronbach alpha değerleri 0,70'in üzerinde olduğundan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 1. Faktör Analizi

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alfa
İhtiyaç Dışı Satın Almama	İhtiyacım olmaması halinde yeni giysiler satın almam	,867	19,713	,876
	Alışveriş yaparken listemin dışında kalan başka bir ürün satın almam	,823		
	Muadiline sahipsem yeni çıkan bir ürünü satın almam	,807		
	İhtiyacım olmaması halinde yenisini almak için cep telefonumu ve benzeri teknolojik aletlerimi değiştirmem	,799		
	İhtiyacım olmayan yiyecek içecek ürünlerini satın almam	,775		
Tasarruf	Eve tasarruflu ampul alırım	,877	18,500	,897
	Karton, cam, teneke gibi ürünlerin ambalajlarını farklı şekillerde değerlendiririm	,851		
	Kullanılmış kâğıtların diğer yüzünü not tutma ya da benzer işlerde yeniden değerlendiririm	,836		
	İhtiyaç duyduğumda DVD ve kitap gibi ürünlerin az kullanılmışlarını kiralar ya da ödünç alırım	,810		
Çevre Duyarlılığı	Doğal malzemelerden üretilmiş giysileri satın alırım	,804	17,057	,811
	Kimyasal içeren temizlik maddelerinden çevreye daha az zarar vereni satın alırım	,790		
	Çevre sorumluluğu ilkesine sahip işletmelerin ürünlerini satın alırım	,768		
	Doğada çözülmesi kolay olan ambalajlı ürünleri satın alırım	,727		
	Ailemi ve arkadaş efradımı çevreye zarar veren ürünleri satın almamaları konusunda ikna ederim	,650		
Yeniden Kullanılabilirlik	Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları alırım	,901	14,792	,911
	Nispeten daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım	,900		
	Elektronik cihaz satın alırken tüketim miktarına bakarım	,840		
			70,062	,791

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine Tablo 2'de yer verilmiştir. Tabloya göre; araştırmaya katılanların %54,8'i kadın, %32,7'si 31-40 yaş arası grubundan oluşmakta, %53'ü evli ve %55,5 gibi büyük bir çoğunluğu Safranbolu'ya Ankara'dan gelmiştir. Katılımcıların %62,1'i gibi büyük bir çoğunluğu özel sektörde çalışmakta ve %56,3'ü 3000 ile 7000 TL arasında maaş almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	246	54,8
	Erkek	203	45,2
Yaş	18-25	105	23,4
	26-30	99	22,0
	31-40	147	32,7
	41-50	69	15,4
	51 ve üstü	29	6,5
Medeni durum	Evli	238	53,0
	Bekar	211	47,0
İkamet Yeri	Ankara	249	55,5
	İstanbul	8	1,8
	Kocaeli	99	22,0
	Eskişehir	14	3,1
	Diğer	79	17,6
Meslek	Özel Sektör	279	62,1
	Emekli	29	6,5
	Devlet Memuru	72	16,0
	Öğrenci	49	10,9
	Diğer	20	4,5
Toplam aylık gelir	3000'den az	73	16,3
	3000-5000 arası	124	27,6
	5001-7000	129	28,7
	7001'den fazla	123	27,4

4.2. Katılımcıların Safranbolu'yu Tercih Etme Nedenleri

Katılımcıların Safranbolu'ya gelme amaçlarına Tablo 3'te yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların %55,1 gibi büyük bir oranı Safranbolu'ya kültür amaçlı seyahat etmektedir. Bu doğrultuda Safranbolu'ya yönelik seyahatlerde kültürün oldukça önemli bir yere sahip olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların %14,9'luk bir oranı Safranbolu'yu dinlenmek için tercih ederken %10,9'u akraba ziyareti, %8,9'u iş amaçlı %10,2'si ise diğer nedenlerden dolayı seyahatlerini gerçekleştirmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Safranbolu'ya Gelme Amaçları

İş	Dinlenme		Kültürel		Akraba Ziyareti		Diğer	
	F	%	F	%	F	%	F	%
40	67	8,9	247	14,9	49	10,9	46	10,2

4.3. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Düzeyleri

Katılımcıların sürdürülebilir tüketim düzeylerine Tablo 4'te yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kültür turistlerinin algılama düzeylerinin en yüksek olduğu ifadenin "Ailemi ve arkadaş efradımı çevreye zarar veren ürünleri satın almamaları konusunda ikna ederim." olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda kültür turistlerinin çevreye duyarlı bireyler olduğu ve kendi arkadaş çevrelerine de aynı duyarlılığı gösterebilmeleri hususunda telkinde bulunmaya istekli oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Kültür turistlerinin algılama düzeylerinin en düşük olduğu ifadenin ise "Nispeten daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım." olduğu belirlenmiştir. Buradan elde edilen sonuca göre kültür turistleri, hayat standartlarında düşüşe neden olacak elektronik cihaz kullanımı ve tasarruf gerektiren tedbirlerden uzak durma eğilimi göstermektedir. Kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketime ilişkin genel algı düzeylerinin ise 3,6649 ile yüksek bir ortalamaya (Özdamar, 2003: 32) sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Düzeyleri

	Ortalama	Standart Sapma
Kimyasal içeren temizlik maddelerinden çevreye daha az zarar vereni satın alırım	4,3363	,76213
Doğal malzemelerden üretilmiş giysileri satın alırım	4,3630	,76740
Çevre sorumluluğu ilkesine sahip işletmelerin ürünlerini satın alırım	4,2895	,78825
Doğada çözülmesi kolay olan ambalajlı ürünleri satın alırım	4,2984	,82917
Ailemi ve arkadaş efradımı çevreye zarar veren ürünleri satın almamaları konusunda ikna ederim	4,3675	,77397
İhtiyacım olmaması halinde yenisini almak için cep telefonumu ve benzeri teknolojik aletlerimi değiştirmem	3,8552	,76996
İhtiyacım olmaması halinde yeni giysiler satın almam	3,7350	,74621
Alışveriş yaparken listemin dışında kalan başka bir ürün satın almam	3,6125	,80258
Muadiline sahipsem yeni çıkan bir ürünü satın almam	3,8285	,79310
İhtiyacım olmayan yiyecek içecek ürünlerini satın almam	3,7906	,76812
Enerji tasarrufu sağlayan beyaz eşyaları alırım	2,6793	1,42664
Nispeten daha az elektrik harcayan elektronik cihazları satın alırım	2,5546	1,33037
Elektronik cihaz satın alırken tüketim miktarına bakarım	2,7394	1,39075
Eve tasarruflu ampul alırım	3,5457	1,11934
Karton, cam, teneke gibi ürünlerin ambalajlarını farklı şekillerde değerlendiririm	3,6882	1,06941
İhtiyaç duyduğumda DVD ve kitap gibi ürünlerin az kullanılmışlarını kiralar ya da ödünç alırım.	3,2071	1,24798
Kullanılmış kâğıtların diğer yüzünü not tutma ya da benzer işlerde yeniden değerlendiririm	3,4120	1,23272
Ortalamanın Ortalaması	3,6649	,48367

4.4. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Düzeylerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Katılımcıların sürdürülebilir tüketim düzeylerinde cinsiyete göre gerçekleşen farklılıklara Tablo 5'te yer verilmiştir. Tabloya göre sürdürülebilir tüketim davranışlarının tüm boyutlarında erkek ve kadın arasında anlamlı farklılığa rastlanmaktadır. Bu doğrultuda H1, H2, H3 ve H4 kabul edilmiştir. Çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik boyutlarında kadınların sürdürülebilir tüketim davranış düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. İhtiyaç dışı satın almada ise erkeklerin daha yüksek bir tüketim davranış düzeyi olduğu tespit edilmiştir. Bu durum belli oranda kadınların daha yüksek ihtiyaçlara sahip olduğu ve tüketimlerinde hedonizm olarak bilinen hazcılık ve sosyalleşme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamalarının bir sonucu olarak gerçekleştiği düşünülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Sürdürülebilir Tüketim Düzeylerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ortalama	p
İhtiyaç Dışı Satın Almama	Kadın	246	3,3350	0,000*
	Erkek	203	4,2847	
Çevre Duyarlılığı	Kadın	246	4,5618	0,000*
	Erkek	203	4,0512	
Tasarruf	Kadın	246	3,7043	0,000*
	Erkek	203	3,1712	
Yeniden Kullanılabilirlik	Kadın	246	2,8076	0,005*
	Erkek	203	2,4762	

5. SONUÇ TARTIŞMA

Turizm endüstrisi; bünyesinde ulaşım sağlama, konaklama yapma ve yeme-içme gibi faaliyetleri barındırmaktadır. Bu doğrultuda turizm faaliyetlerinden istifade etmek üzere gerçekleştirilen seyahatler ile fosil yakıt salınımı artmakta ve ozon tabakası bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Konaklama ve yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılamak üzere tercih edilen turizm işletmelerinde ise etkin olmayan enerji kullanımı ve atık yönetimi kıt kaynakları yok etmekte ve fiziksel çevreye zarar vermektedir. Turizmde yanlış saha kullanımı flora ve faunaya zarar verirken

denize bırakılan atık sular denizi ve kıyı ekosistemini, filtresiz bacalardan gelen duman havayı, olumsuz bir şekilde etkilemekte sosyo-kültürel yapının ve doğal çevrenin zarar görmesine neden olmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014). Buna karşın kültürel yapı ve doğal çevre turizm faaliyetlerinin devam etmesi için en önemli unsurlardır. Bu unsurları korumada sürdürülebilir tüketim oldukça önemli bir yere sahiptir.

Bu araştırmada Safranbolu'daki kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Zira sürdürülebilir olmayan tüketim faaliyetleri doğal, sosyal ve kültürel varlıkları tahrip etmektedir. Tüketim faaliyetlerinin sürdürülebilir olmaması halinde bu durumdan en çok kültür alanları olumsuz etkilenmektedir. Bu doğrultuda kültür turistlerinin Safranbolu'ya gelme nedenlerini tespit etmeye yönelik yapılan testte katılımcıların %55,1'inin kültür amaçlı geldiği ve Safranbolu'yu ziyaret etmek için ana motivasyonlarının kültürel nedenler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Safranbolu'nun kültürel varlıklarını koruması dolayısıyla da çekiciliğini devam ettirebilmesi için turistlerin sürdürülebilir tüketim davranışına sahip olması gerekmektedir. Kültür turistlerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarını belirlemeye yönelik yapılan testte turistlerin tutumlarının 3,6649 ortalama ile yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda Safranbolu'nun kültürel varlığının şuanda risk altında olmadığı ve koruma altına almak üzere ekstra bir plan, politika ya da stratejiye gerek olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Koçoğlu, Saraç ve Batman da (2020) araştırmalarında Safranbolu'da sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanabildiğini tespit etmişlerdir. Buna karşın kültür destinasyonlarının sürdürülebilirliğinin sağlanması ve geliştirilebilmesi için zaman zaman üzerinde yapılacak araştırmalar yardımıyla kontrol altında tutulması açısından son derece kritik bir öneme sahiptir (Tuğun ve Karaman, 2014).

Araştırmada kültür turistlerinden elde edilen veriler doğrultusunda yapılan faktör analizine göre; sürdürülebilir tüketim düzeyleri dört boyut altında toplanmıştır. Bunlar; ihtiyaç dışı satın almama, tasarruf, çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirliktir. Doğan, Bulut ve Çımrın (2015), Uzun ve Altaş (2017) ve Özdemir (2021) çalışmalarında benzer bir şekilde sürdürülebilir tüketimle alakalı dört boyuta ulaşımlardır. Buna karşın literatürde sürdürülebilir tüketimle alakalı farklı boyut ve sonuçlara ulaşılan çalışmalar da vardır. Diksaç (2019) çalışmasında geri dönüşüm, enerji tasarrufu, su tasarrufu, kompost yapma, kullanılmayan eşyaları bağışlama ve geri dönüştürülmüş ürün satın alma olmak üzere altı boyuta ulaşarak bu araştırmadan farklılaşmıştır. Dinavasova (2019) ise çalışmasında sürdürülebilir olmayan davranış, yeniden kullanma ve yerel gıda satın alma, enerji ve su tasarrufu, geri dönüştürülmüş ürün satın alma ve geri dönüşüm olmak üzere sürdürülebilir tüketim davranışını beş boyut altında toplamıştır. Kiracı ve Kayabaşı (2010) çalışmalarında yüzeysel sürdürülebilirlik ve gerçek sürdürülebilirlik olmak üzere iki boyuta ulaşımlardır. Yüzeysel sürdürülebilirlik, tüketimin devam etmesine ve ekonomik fayda sağlamasına yönelik davranışları esas almaktadır. Gerçek sürdürülebilirlik ise tüketim davranışında ekonomik faydanın ön planda tutulmadığı sürdürülebilir tüketim boyutudur. Özgül (2010) ise çalışmasında tasarruf etme eğilimi ve çevresel yönelimler olmak üzere iki boyuta ulaşmıştır. Tasarruf etme eğilimi; boş odanın ışıklarının kapatılması, çamaşır ve bulaşık makinesinin tam doldurmadan çalıştırılmaması, dinlenmeyen ve(ya) seyredilmeyen müzik seti ve televizyonların kapatılması gibi doğrudan çevre korumaya yönelik olmayan davranışları kapsamaktadır. Çevresel eğilimler ise deterjan, şampuan, sprey ve deodorant gibi ürünleri satın alırken çevreye zarar verip vermeme durumlarını gözetmeye ve geri dönüşüme hassasiyet göstermek gibi doğrudan çevre koruma esasına dayılı davranışların yer aldığı bir sürdürülebilir tüketim boyutudur.

Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği boyutlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmeye yönelik gerçekleştirilen t-testi sonuçlarına göre kadın ve erkek

davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İhtiyaç dışı satın almama boyutu dışındaki tüm boyutlarda kadınların sürdürülebilir tüketim davranış düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca benzerlik gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Hines, Hungerford ve Tomera, 1987; Zimmer, Stafford ve Stafferd, 1994; Straughan ve Robert, 1999; Alkibay, 2001; Kollmuss ve Agyeman, 2002; Autio ve Heinonen, 2004; Vazoğlu vd., 2005; Casey ve Scott, 2006; Erol ve Gezer, 2006; Deniz ve Genç, 2007; Alp, Ertepinar, Tekkaya ve Yılmaz, 2008; Kaya, Akıllı ve Sezek, 2009; Karalar ve Kiracı, 2010; Jonkute, 2015; Üstündağlı ve Güzeloğlu, 2015; Bulut, Çımrın ve Doğan, 2017).

Şama (2003) bu durumu kadınların anne ya da anne adayları olmalarıyla bağdaştırmıştır. Tuncer, Ertepinar, Tekkaya ve Sungur (2005) ise kadınların erkeklere nispeten sosyal alanlarda daha çok yer almaları ve buna bağlı olarak çevre ile ilgili konularda erkeklere nazaran daha kaygılı olmaları ile açıklamıştır. Zira literatürde kadınların erkeklere göre çevresel sorunları dikkate alarak çevreye duyarlı yeşil ürünlere daha çok destek verdiğini ortaya koyan çalışmalar azımsanmayacak kadar fazladır (Alkibay, 2001; Kollmuss ve Agyeman, 2002; Autio ve Heinonen, 2004; Çabuk, Nakıboğlu ve Keleş, 2008). Bununla birlikte Günay ve Oğuz (2012) çalışmalarında erkeklerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının kadınlara nispeten daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bazı çalışmalarda da kadınlar ile erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa ulaşılamamıştır (Ay ve Zümrüt, 2005; D'Souza, Taghian, Lamb ve Peretiatko, 2007; Aktaş ve Çiçek, 2019).

İhtiyaç dışı satın almama boyutunun ise kadınlarda daha düşük çıkması kadınların alışveriş yapmaya erkeklere nispeten daha eğilimli olmaları ve bu eğilimin onları ihtiyaç dışı satın alma davranışı sergilemelerine neden olmasıyla açıklanabilmektedir (Kır ve Polat, 2020). Aktaş ve Çiçek (2019) çalışmalarında her ne kadar kadınların ihtiyaç dışı satın almama davranış düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koysa da Yaşar (2017) çalışmasında faydacı ve gösterişçi tüketim eğiliminin kadınlarda erkeklere nazaran çok daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Literatürde bu sonucu destekleyen çalışmalar oldukça fazladır (Rook ve Hoch, 1985; Scherhorn, Reisch ve Raab, 1990; Chang, 2001; Arnold ve Reynolds, 2003; Özdemir ve Yaman, 2007; Kruger ve Byker, 2009; Aydın, 2010; Kükreler, 2011; Tifferet ve Herstein, 2012; Doğan, Gürler, Ağcadağ, 2014; Onurlubaş, 2015; AYTEKİN ve Ay, 2015; Arslan, 2016; Çelik, 2017). Bu durum günümüzde kadınların aktif çalışma hayatına sahip olması ve ekonomik özgürlüklerini ellerine almış olmalarının bir sonucu olarak satın alma davranışlarında daha rahat hareket edebiliyor olmalarıyla açıklanabilmektedir (Quinlan, 2009: 13). Bu gibi nedenlerle en çok tüketim yapan grup olarak kabul edilen kadınlar (Quinlan, 2009: 13) tüketimden zevk alarak daha fazla sosyalleşmekte ve erkeklere göre hediyeleşmekten daha fazla zevk almaktadır (Scherhorn, Reisch ve Raab, 1990; Villarino ve Lopez, 2001: 444).

Karşılaştırmalı analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre kadınların çevre bilinçleri erkeklere nispeten daha fazladır. Bu nedenle erkeklere göre daha sürdürülebilir tüketiciler oldukları söylenebilir. Kadınların sadece ihtiyaç dışı satın alma davranışları daha yüksektir. Bu durum her ne kadar kadınların buldukları turizm destinasyonlarında ihtiyaç dışı daha fazla tüketim yapacaklarına işaret etse de bu tüketimin turizm destinasyonunun çevresel sürdürülebilirliğine ilişkin önemli bir tehdit unsuru olmadığı kanaati mevcuttur. Hatta destinasyonun ekonomik sürdürülebilirliği açısından da önem arz etmektedir. Zira kadınların turizm destinasyonunda ihtiyaç dışı satın alacakları ürünler oraya ait hediyelik eşya ya da giyim ve bijuteri ürünleriyle sınırlıdır. Kadınlar turist olarak seyahat etmemiş olsalar da bu tür ürünleri yerel ya da elektronik mağazalardan temin edebileceklerdi. Diğer yandan erkeklerin her ne kadar ihtiyaç dışı satın alma algıları düşük olsa da çevresel duyarlılıkları kadınlara göre düşüktür. Bu durum destinasyon yönetiminde bulunan arz planlayıcıların, erkeklerin bu tür davranışlarını kontrol altında tutmalarına yönelik plan, politika ve strateji geliştirmelerini zaruri hale getirmektedir. Erkeklerin

daha çok vakit geçirdikleri alanlarda duyarlılık geliştirecek işaretlere, yönlendirmelere ve eğitici sloganlara yer verilmesi ya da birtakım kısıtlamalara gidilmesi çevresel sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik alınacak önemler arasında sıralanabilmektedir.

İleride bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara uygulama alanı olarak kıyı kesimlerini tercih etmeleri ve farklı demografi özellikleri değişken olarak belirlemeleri önerilebilir. Araştırmalarda farklı turist tipolojileri de tercih edilebilir. Ayrıca evreni genişleterek kıyı ve şehir destinasyonlarını ziyaret eden turistler arasında karşılaştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahamad, N. R. ve Ariffin, M. (2018). Assessment of Knowledge, Attitude and Practice towards Sustainable Consumption among University Students in Selangor, Malaysia, *Sustainable Production and Consumption*, (16), 88-98.
- Aksu, C. K. ve Gelibolu, L. (2015). Üniversite Çalışanlarının Sürdürülebilir Tüketim Açısından Tutumlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(9), 235-248.
- Aktaş, S. C. ve Çiçek, B. (2019). Farklı Kuşaktaki Kadın ve Erkeklerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi, *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1957-1978.
- Alkibay, S. (2001). Yeşil Pazarlama Faaliyetlerine Üniversite Öğrencilerinin İlgisi Üzerine Bir Araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (4), 76-93.
- Alp, E., Ertepinar, H., Tekkaya, C. ve Yılmaz, A. (2006). A Statistical Analysis of Children's Environmental Knowledge and Attitudes in Turkey, *International Research in Geographical and Environmental Education*, 15(3), 210-223.
- Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Arslan, B. (2016). Etnik Kökenin Hedonik Tüketime Etkisi: Türkiye'de Yaşayan Farklı Etnik Kimliğe Sahip Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (53), 272-285.
- Ateş, H. (2018). Fen Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının ve Bilgi Düzeylerinin Araştırılması, *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 507-531.
- Atrek, B. ve Madran, C. (2017). Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistematik Derleme Çalışması, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 10(19), 1-31.
- Autio, M. ve Heinonen V. (2004). To Consume or not to Consume? Young People's Environmentalism in the Affluent Finnish Society, *Young*, 12(2), 137-153.
- Aydın, S. (2010). Hedonik Alışverişin Cinsiyet, Gelir ve Yerleşim Büyüklüğüne Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 435-452.
- Aytekin, P. ve Ay, C. (2015). Hedonik Tüketim ve Anlık Satın Alma İlişkisi, *Academic Review of Economics & Administrative Sciences*, 8(1), 141-156.
- Babin, B., Darden W. R. ve Griffin, M. (1994) Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value, *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.
- Brundtland, H. G. (1985). World Commission on Environment and Development, *Environmental Policy and Law*, 14(1), 26-30.
- Casey, P. J., ve Scott, K. (2006). Environmental concern and Behaviour in An Australian Sample Within An Ecocentric-Anthropocentric Framework, *American Journal of Psychology*, 58(2), 57-67.
- Chan, R. Y. K. (2001). Determinants of Chinese Consumers' Green Purchase Behavior, *Psychology & Marketing*, 18(4), 389-413.

- Chang, E. (2001). The Mediating Role of Hedonic Shopping Value in Apparel Shopping Satisfaction, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Oregon State University, USA.
- Cho, E., Gupta, S. ve Kim, Y. K. (2015). Style Consumption: its Drivers and Role in Sustainable Apparel Consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 661-669.
- Chua, B. L., Lee, S., Kim, H. C., & Han, H. (2019). Investigation of cruise vacationers' behavioral intention formation in the fast-growing cruise industry: The moderating impact of gender and age, *Journal of Vacation Marketing*, 25(1), 51-70.
- Clark, G. (2007). Evolution of the Global Sustainable Consumption and Production Policy on the United Nations Environment Programme's (UNEP) Supporting Activities, *Journal of Cleaner Production*, (15), 492-498.
- Coley, A. ve Burgess, B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying, *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 7(3), 282-295.
- Çabuk, S. ve Nakıboğlu, M. B. (2003). Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 39-54.
- Çabuk, S., Nakıboğlu, B. ve Keleş, C., (2008). Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102.
- Çelik, O. (2017). Mobil Telefon Satın Alımlarında Hedonik Tüketim: Adana Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 21-27.
- Demir, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm ve Otel İşletmeleri*, Kozak, M. (ed). *Sürdürülebilir Turizm İçinde* (s.173-190), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Deniş, H., ve Genç, H. (2007). Çevre Bilimi Dersi Alan ve Almayan Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Çevreye İlişkin Tutumları ve Çevre Bilimi Dersindeki Başarılarının Karşılaştırılması, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (13), 20-26.
- Diktaş, R. (2019). Çevre Bilinci ve Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Bir Araştırma (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Dinavasova, J. (2019). Bireylerin Çevresel Tutumlarının Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Doğan, O., Bulut, Z. A., ve Çımrın, F. K. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 29(4), 659-679.
- Doğan, H. G., Gürler, A. Z. ve Ağcadağ, D. (2014). Hedonik Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi (Tokat İli Örneği), *Journal of International Social Research*, 7(30), 69-77.
- Dubé, L., & Morgan, M. S. (1998). Capturing the dynamics of in-process consumption emotions and satisfaction in extended service transactions, *International Journal of Research in Marketing*, 15(4), 309-320.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P. ve Peretiatko, R. (2007). Green Decisions: Demographics and Consumer Understanding of Environmental Labels, *International Journal of Consumer Studies*, (31), 371-376.
- Erkan, İ. (2019). Markaların Sürdürülebilir Tüketim Farkındalığı Oluşturmalarında Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Örneği, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 170-182.
- Erol, G. H., ve Gezer, K. (2006). Sınıf Öğretmenliği Öğretmen Adaylarına Çevreye ve Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları, *International Journal of Environmental and Science Education*, 1(1), 65 - 77.
- Featherstone M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (Çev: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kültür Turistlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Cinsiyete Göre Farklılıkları: Safranbolu Üzerinde Bir Araştırma

- Fuchs, D. A. ve Lorek, S. (2005). Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures, *Journal of Consumer Policy*, (28), 261-288.
- Gilg, A., Barrve, S. ve Ford, N. (2005). Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer, *Futures*. (37), 481-504.
- Günay, Z. (2010). Neoliberal Kentleşme Dinamikleri Çerçevesinde Tarihi Çevrenin Sürdürülebilirliği: Sürdürülebilir Kentsel Koruma Modeli, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gunay, G. ve Oguz, A. (2012). Sustainable Development from the Family to the Society, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 3(5), 113-120.
- Gürbüz, H., Çakmak, M. ve Derman, M. (2013). Biyoloji Öğretmen Adaylarının Sürdürülebilir Çevreye Yönelik Tutumları, *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6(1), 144-149.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth. Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Hair, J. F., Jr, Hult, G. T. M., Ringle, C., ve Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: London: Sage Publications.
- Harrison, R., Newholm, T. ve Shaw, D. (2005). *The Ethical Consumer*. London: Sage Publications.
- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hines, J. M., Hungerford H. R. ve Tomera, A.N. (1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis, *The Journal of Environmental Education*, 18(2), 1-8.
- Hirschman, C. E., ve Holbrook, B. M. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, *Journal of Marketing*, (46), 92-101.
- Holbrook, M. B. (1986a). Emotion in the consumption experience: toward a new model of the human consumer, *The Role of Affect in Consumer Behavior: Emerging Theories and Applications*, 6(23), 17-52.
- Holbrook, M.B. (1986b). Aims, Concepts, and Methods for the Representation of Individual Differences in Esthetic Responses to Design Features, *Journal of Consumer Research*, 13(3), 337-347.
- Hutcheson, G. ve Sofroniou, N. (1999). *The Multivariate Social Scientist*. Londra: Sage.
- Jonkute, G. (2015). The Consumers' Approach to Sustainable Consumption and Production: A Case Study in Lithuania Environmental Research, *Engineering and Management*, 71(4), 28-46.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
- Karaca, Ş. (2018). Yaşam Tarzının Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 403-425.
- Kaya, E., Akıllı, M., ve Sezek, F. (2009). Lise Öğrencilerinin Çevreye Karşı Tutumlarının Cinsiyet Açısından İncelenmesi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(18), 43-54.
- Kerlinger, F. N. (1978). *Foundations of Behavioral Research*. New York: McGraw Hill.

- Kır, S. ve Polat, E. (2020). Spor Bilimleri Öğrencileri ve Diğer Bireylerde Bilinçli Tüketici Düzeyi İle Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının İncelenmesi, *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(4), 468-485.
- Kıracı, H. ve Kayabaşı, A. (2010). Real and Spurious Sustainable Consumption Behavior in Turkey: A Field Research, *Innovative Marketing*, 6(2), 43-47.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, (3rd ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. ve Batman, O. (2020). Safranbolu'da Sürdürülebilir Turizm Gelişmesine Yönelik Yerel Halkın Tutumları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202-219.
- Kollmuss, A., Agyeman J. (2002). Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?, *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım İlkeleri*. İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Kruger, D. and Byker, D. (2009). Evolved Foraging Psychology Underlies Sex Differences in Shopping Experiences and Behaviors, *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 3(4), 315-27.
- Kükre, Ö. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Hedonik Tüketimin Cinsiyete Göre Farklılaşması, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-87.
- Lind, D.A., Marchal, W.G. ve Wathen, S.A. (2019). *Basic Statistics for Business & Economics*, (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Meyers-Levy, J., & Maheswaran, D. (1991). Exploring differences in males' and females' processing strategies, *Journal of Consumer Research*, 18(1), 63-70.
- Millar, M. ve Baloglu, S. (2011). Hotel Guests' Preferences for Green Guest Room Attributes, *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 302-311.
- Mont, O. ve Plepys, A. (2008). Sustainable Consumption Progress: Should We be Proud or Alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.
- Nash, H. A. (2009). The European Commission's Sustainable Consumption and Production and Sustainable Industrial Policy Action Plan, *Journal of Cleaner Production*, 17(4), 496-498.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- OECD (2002). Towards Sustainable Household Consumption? Trends and Policies in OECD Countries.
- Oh, H., Parks, S. C., & Demicco, F. J. (2002). Age-and gender-based market segmentation: A structural understanding, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 1-20.
- Okşar, G., ve Koç, F. (2020). Tüketicilerin Demografik Özelliklerine Göre Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarındaki Farklılıkların İncelenmesi. *International Marmara Social Sciences Congress*, 4-5 Aralık 2020, Kocaeli Üniversitesi, 413-419.
- Onurlubaş, E. (2015). Hedonik Tüketimi Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, *Journal of Turkish Studies*, 10(15), 681-696.
- Özdamar, Ö. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, Ş. ve Yaman, F. (2007). Hedonik Alışverişin Cinsiyete Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 2(2), 81-91.
- Özdemir, N. (2021). Dindarlık ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışı: Gönüllü Sadeliğin Aracı Rolü, *Turkish Journal of Marketing*, 6(1), 70-89.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.
- Paavola, J. (2001). Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices, *Review of Social Economy*, 59(2), 227-248.

Kültür Turistlerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Cinsiyete Göre Farklılıkları: Safranbolu Üzerinde Bir Araştırma

- Quinlan, M. L. (2009). *Kadınlara Pazarlama*. İstanbul: Mediacat.
- Rook, D. W. ve Hoch, S. J. (1985). Consuming Impulses, *Advances in Consumer Research*, 12(1), 23-7.
- Safranbolu Turizm Danışma Bürosu (2020). Turist İstatistik Verileri. [https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231191/turist-istatistik-verileri.html] (Erişim Tarihi: 28 Ocak 2022).
- Saraç, Ö. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) Pandemi Sürecinin Sürdürülebilir Turizm Üzerindeki Muhtemel Etkileri, Eysel, C.F. ve Gün, S. (ed). COVID-19 döneminde iktisadi, idari ve sosyal bilimler çalışmaları içinde (s.115-141), Ankara: Iksad Publishing.
- Saraç, Ö., Pamukçu, H., Ulama, Ş. ve Batman, O. (2019). Students' Perception of City Branding: the Case of Kastamonu and Kastamonu University, *Turizam*, 23(1), 34-52.
- Sawin, J. L. (2004). *Enerji Seçimlerini Daha İyi Yapmak*. Assadourian vd.(Ed.). Dünyanın Durumu içinde. A. Başçı Sander (çev.). İstanbul: TEMA Vakfı.
- Schaefer, A. ve Crane, A. (2005). Addressing Sustainability and Consumption, *Journal of Macromarketing*, 25(1), 76-92.
- Scherhorn, G., Reisch, L.A. ve Raab, G. (1990). Addictive Buying in West Germany: An Emprical Study, *Journal of Consumer Policy*, 13(4), 355-387.
- Sekaran, U. (2003). *Business Research Methods: A Skill-Building Approach*, (4th. Edition). New York: John Wiley&Sons.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?. *Environmental Politics*, 14(2), 290-306.
- Shaw, D. ve T. Newholm. (2002). Voluntary Simplicity and the Ethics of Consumption. *Psychology& Marketing*. 19(2), 167-185.
- Solomon, S., Plattner, G. K., Knutti, R. ve Friedlingstein, P. (2009). Irreversible Climate Change Due to Carbon Dioxide Emissions, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(6), 1704-1709.
- Spangenberg J. H., Luke, A. F. ve Blincoe, K. (2010). Design for Sustainability (Dfs): The Interface of Sustainable Production and Consumption, *Journal of Cleaner Production*, 18(15), 1485-1493.
- Stapp, W. B. ve Polunin, N. (1991). Global Environmental Education: Towards a Way of Thinking and Acting. *Environmental Conservation*, 18(1), 13-18.
- Straughan, R. D. ve Robert, J. A., (1999). Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium, *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575.
- Şama, E. (2003). Öğretmen Adaylarının Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları, *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 99-110.
- Tifferet, S. ve Herstein, R. (2012). Gender Differences in Brand Commitment, Impulse Buying, and Hedonic Consumption, *The Journal of Product and Brand Management*, 21(3), 176-182.
- Tuğun, Ö., & Karaman, A. (2014). Çekirdek Köylerin Eko Turizme Kazandırılması İçin Sürdürülebilirlik Kavramı Çerçevesinde Bir Model, *Megaron*, 9(4). 321-337.
- Tuncer, G., Ertepinar, H., Tekkaya, C. ve Sungur, S. (2005). Environmental Attitudes of Young People in Turkey : Effects of School Type and Gender, *Environmental Education Research*, 11(2), 215-233.
- Türker, N., Selçuk, Ş., ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Türker, N., Ölçer, H. ve Aydın, A. (2016). Yerel Halkın Serbest Zaman Değerlendirme Alışkanlıkları: Safranbolu Örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 49-62.

- UNESCO WHC. (1995). World Heritage Committee 18th Session Report, [https://whc.unesco.org/archive/1994/whc-94-conf003-16e.pdf] (Erişim Tarihi: 28 Ocak 2022).
- UNWTO. (2019). International Tourism Highlight 2019 Edition. [https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421152] (Erişim Tarihi: 28 Ocak 2022).
- Uzun, F. V. ve Altaş, A. (2017). Kapadokya Bölgesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışları, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 1-10.
- Ünal, S., Erkan, İ., ve Açıkgöz, F. (2020). Sosyal Medyada Sürdürülebilir Tüketim: Sürdürülebilir Giysiye Yönelik Tutumu Etkileyen Faktörler ve Sonuçları, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 75-100.
- Üstündağlı, E. ve Güzeloğlu, E. B. (2015). Gençlerin Yeşil Tüketim Profili Farkındalık Tutum ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz, *Global Media Journal*, 5(10), 341-362.
- Vazoğlu, S., Altıntaş, H., Temel, F., Ahrabı, F., Aydoğan, D., Bostancı, S., Duran, A., Koçkesen, D., Turan, N. ve Güler, Ç. (2005). Bir Tıp Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Çevre Bilincinin Değerlendirilmesi, *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 4(4), 151-171.
- Veenhoven, R. (2004). Sustainable Consumption and Happiness, Driving Forces and Barriers to Sustainable Consumption. International Workshop. University of Leeds. [https://personal.eur.nl/veenhoven/Pub2000s/2004d-full.pdf] (Erişim Tarihi: 24 Ocak 2022).
- Vermeir, I. ve Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of Planned Behaviour and the Role of Confidence and Values, *Ecological Economics*, 64(3), 542-553.
- Villarino, R. R. ve Otero-Lopez, J. M. (2001). I Shop, therefore I Am: Compulsive Buying and the Search for Self/Self-concept and Identity in a Consumer Society: Aspects of Symbolic Product Meaning. *Journal of Consumer Policy*, 24(3/4), 443.
- Yaşar, M., (2017). Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında Tüketici Davranışlarının İncelenmesi: Gençlerin Hedonik Tüketim Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kütahya.
- Zeren, D. ve Nakıboğlu, G., (2009). Sürdürülebilir Ürün Tasarımında Tanım ve Yöntemler, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 458- 480.
- Zimmer, M. R., Stafford, T. M., Stafferd, M.R., (1994). Green Issues: Dimensions of Environmental Concern, *Journal of Business Research*, 30(1), 63-74.